

Глава 582. Чудо мира рекламы!

Переводчик: No Fun

В своей комнате.

Обед, после часа дня.

Проверив Вейбо, Чжан Е удовлетворенно накрылся одеялом и уснул. Храпя, он чувствовал себя комфортно и стабильно, видя прекрасный сон. Однако в этот момент его легенда все еще распространялась во внешнем мире и интернете. Социальная реклама – жанр, который обычно не считался захватывающим, простая реклама против курения, которая не привлекала внимание людей в обычное время, сегодня вызвала бурю по всей стране. Такое не часто наблюдалось в Китае. Она создала жаркие дебаты и шок, записав себя в анналы мира рекламы!

Мама Чжан Е совершала звонки в гостиную.

«Ты видела?» Его мама улыбалась от уха до уха.

На другом конце была соседка, которая сказала: «Я видела. Младший Е действительно принес славу вашей семье. Когда старик в моем доме увидел эту рекламу, его обычная привычка выкуривать 3-4 сигареты в день была сокращена до нуля за последний час. Младшая Цао, если мой муж сможет бросить курить, то я точно поблагодарю твоего сына».

Его мама рассмеялась: «Почему ты так вежлива, Бабушка Цуй?»

Бабушка Цуй сказала: «Давай я вечером принесу тебе свинину с кедровыми орешками».

«Не нужно, у меня дома еще много еды» - вежливо отказалась его мама.

Бабушка Цуй не дала ей объясниться и просто сказала: «Я вчера купила слишком много ингредиентов, поэтому я настаиваю на том, чтобы прийти к тебе позже. Когда Младший Е был молод, ему нравилась такая свинина. Хи-хи, мой внук только что пошел в университет и изучает рекламу. Кто бы знал? После его выпуска, я буду просить Младшего Е помочь ему с работой. В наши дни сложно найти работу. С репутацией Младшего Е в области рекламы, возможно, когда он будет свободен, он сможет обучить моего внука. Даже малая часть знаний твоего сына сможет помочь моему внуку получить шанс в этой индустрии».

Его мама была рада похвале, но сказала: «Эй, мой ребенок не будет говорить. Бабушка Цуй, если ты хочешь прийти, то приходи. Не надо ничего приносить. Мы так много лет живем по соседству, не нужно церемониться. В будущем, когда Младший Янь закончит колледж, просто дай мне знать, и я скажу сыну помочь ему с работой».

Бабушка Цуй быстро сказала: «Тогда я заранее поблагодарю тебя, Младшая Цао. Я же не побеспокою тебя, верно?»

Его мама сказала: «Почему ты так думаешь? У моего сына плохие отношения со многими людьми, но он всё равно имеет уважение в индустрии. Не волнуйся, оставь это мне».

Вскоре позвонил первый дядя Чжан Е.

Первый дядя: «Старшая Сестра, где Чжан Е?»

«Он спит. А что?» - спросила его мама.

Первый дядя не знал, что сказать. «Мне нужно выговориться ему! Он создал такую ужасную рекламу! Я потерял аппетит во время обеда. Я даже не съел больше пары ложек! Пусть он быстро найдет другую работу, чтобы он больше не занимался социальными рекламами. Курение – это единственное, что мне нравится, и это почти было отобрано им у меня!»

Его мама уже смеялась над этим: «Хи-хи, прекращай. Тебе лучше курить поменьше. Эта реклама Младшего Е сделана для того, чтобы помочь курильщикам избавиться от вредной привычки».

Первый дядя ответил: «Больше похоже на то, что он создает нам проблемы».

...

В сети тоже раздавались похвала и ругательства.

«Учитель Чжан, я ненавижу тебя!»

«Я думал, что после массовой критики из-за инцидента в Пекинском Университете настанет тишина и покой. Но кто мог ожидать, что всего через несколько дней Учитель Чжан снова появится и начнет «творить зло». В последний раз он объявил войну Японии, но на этот раз Чжан Е навел оружие на кучку таких курильщиков, как мы! Я разрываюсь ан части! Ты думаешь, что для нас это просто? Я буду бойкотировать Чжан Е! И бойкотировать рекламу против курения!»

«Пффф!»

«Тоже бойкотирую!»

«Прекратите трансляцию рекламы! @ПекинскаяТелевизионнаяСтанция!»

«Да, я поблагодарю всех, если прекратят трансляцию этой рекламы. В сравнении с этой рекламой, я предпочитаю рекламу, которая показывает кровь и почерневшие легкие! Эта новая политика разрушительна! Почему они решили запретить рекламы, которые показывали кровь? Почему? Люди, которые утвердили эту рекламу, слепы? Вы все не думаете, что эта реклама от Чжан Е кровавее, чем предыдущие почерневшие легкие?!»

«Посмотреть эту рекламу Чжан Е на ВТV один раз достаточно. Я не хочу смотреть ее во второй раз!»

«Чжан Е даже создал что-то новое в сфере рекламы!»

Хотя в сети ругали, эти «ругательства» должны были быть поставлены в кавычки, потому что и не являлись ругательствами. Они были близки к подшучиванию. Можно даже сказать, что это было в ответ на качество создания рекламы. Если бы это была любая другая реклама, эти курильщики просто бы посмотрели ее и забыли о ней. Даже если она не понравилась бы им, они бы просто проигнорировали ее после просмотра. Массовый ответ в виде протеста от группы курильщиков показывал, что это точно не нормальная реклама. Это ясно демонстрировало, что все не могли игнорировать ее, и показывало, насколько пугающей она была. Она была настолько пугающей, что забралась в глубины их сознаний! Если бы это был другой вид рекламы, то ругательства могли быть проблемой для рекламщиков. Но ругань на такую рекламу подчеркивала, что это был прорыв!

Она была эффективна!

Это было целью социальной рекламы!

...

Во время вечерних новостей многие газеты по всей стране сообщили о рекламе Пекинской Телевизионной Станции, которая шокировала многих и создала новый прецедент для реклам против курения.

«Новый Век Социальных Реклам?»

«Шок! Самая Пугающая Реклама Против Курения в Истории!»

«Пекинская Телевизионная Станция Снова Объединила Силы с Чжан Е!»

«Неоднозначное Сотрудничество Бывшего Работодателя и Работника!»

«Насколько Лет Вперед Ушла Социальная Реклама Чжан Е?»

«Исторический Прорыв В Рекламах Против Курения!»

«Чжан Е: Чудо Мира Рекламы!»

Из-за того, что социальные рекламы не были мейнстримным источником новостей, количество сообщений о них было не таким большим. Однако это ограниченный охват новостей тоже привлек внимание общества, особенно учитывая, что это было в День Без Табака. Некоторые газеты дали этой новости хорошее место на страницах.

В 8 вечера в сети появилась статья о плагиате!

Крупный интернет портал был первым, кто сообщил об этом на домашней странице. В статье было изображение, которое было похоже на рекламу BTV-1, но вместо пары

легких, сделанных из сигарет, был желудок. Это был горящий желудок. Это не была реклама в виде изображения. В статье написали, что это изображение было выложено на сайте датской телевизионной станции для Дня Против Табака. Помимо разницы в реквизите, смысл рекламы скопировал смысл рекламы на BTV-1.

Пользователям сети это не понравилось.

«Это плагиат!»

«Те люди из датской телевизионной станции, должно быть, видели работу Чжан Е!»

«Я думаю, что это считается отсылкой!»

«Отсылка к моей жопе! Это просто плагиат!»

«Точно!»

«@ПекинскаяТелевизионнаяСтанция, иностранцы копируют наши идеи!»

«Это первый раз. Это первый раз, когда я вижу, чтобы иностранцы копировали нашу социальную рекламу. В прошлом китайские рекламщики учились у них!»

«Хотя я не рад по поводу плагиата, я должен сказать, что Чжан Е вправду дал нашей стране повод для гордости. Даже иностранцы копируют нас, привлеченные нашей работой. Это покажет, что наш уровень рекламы в Китае больше не отстает от мирового!»

«Однако мы должны сказать это, Чжан Е великий!»

«Да, люди постоянно ругают Чжан Е, но посмотрите. Именно Чжан Е снова спас ситуацию в критический момент, поэтому именно из-за Чжан Е наша страна поднялась выше! Хотя я знаю, что у Учителя Чжан есть недостатки, например его характер, но, ну и что? Никто не идеален! Гений называется гением потому, что он отличается от других людей!»

«Всегда поддерживаю Чжан Е!»

«Верно, независимо от того, как другие критикуют тебя, в моих глазах ты всегда являешься гордостью Китая!»

В этот момент на Вейбо сделал пост верифицированный аккаунт ученого социолога:
«Несколько дней назад после инцидента в Пекинском Университете я критиковал Чжан Е, так как думал, что он не прав. Однако я должен признать, что после просмотра его рекламы я восхищаюсь им. Я не профессионал в сфере рекламы, но несмотря на это, я все равно вижу, насколько ценной и отличной является эта реклама. Я всегда смотрю и сужу поступки, по поступкам, а не потом, кто совершил их, поэтому, касаясь этой рекламы, я точно поставлю лайк Чжан Е!»

На этот раз работа Чжан Е больше не привлекала споры, как во время его предыдущих работ. Все, кажется, согласилось по этому вопросу, и в основном могли сказать только хорошее. Кроме того, эта реклама, которую Чжан Е принес из своего предыдущего мира,

действительно имела мало недостатков и почти была идеальной. Как и упомянули пользователи сети, даже если бы она была сделана не со своей целью отучить от курения, то она все равно была очень художественной. Это было искусством высокого уровня, которое могло быть оценено со многих точек зрения!

...

Этой ночью.

Многие рекламные компании или рекламные отделы телевизионных станций работали сверхурочно.

Все сидели в кабинетах, получая инструкции от лидеров. Им говорили рассмотреть подробнее рекламу с BTV-1. 10 раз, 15 раз, 20 раз. Все терпеливо смотрели!

«Насколько она великая!»

«Эта музыка точно хорошо подходит!»

«Последним штрихом должен быть звук дыхания. Я вправду не понимаю, как работает мозг Чжан Е. Если мы удалим звук дыхания, то эта реклама точно не сможет так влиять на людей!»

«Верно. Когда я посмотрел ее в первый раз, я просто подумал, что она пугающая, и что она хороша только из-за пары легких, сделанных из сигарет. Однако посмотрев ее больше 10-тираз, я понял, что она не так проста. С самого начала от нескольких секунд «бессмысленного» введения, до музыки и звука дыхания, а затем до поджигания, она бескомпромиссна и представляет из себя искусство в виде рекламы, в котором распланирован каждый шаг! Это Чжан Е...он поистине великий! Вы уверены, что он просто ведущий?»

«Эй, мы несравнимы».

«Датская телевизионная компания даже скопировала Чжан Е. Этот инцидент – это уже чудо. Я не думаю, что в нашей индустрии рекламы это когда-то происходило. Те люди из Дании быстро реагируют!»

«Они быстро определяют хорошие вещи. Основывая на ценности этой рекламы, это того стоило».

Анализ!

Изучение!

Снова анализ!

Некоторые из рекламных агентств, которые не занимались социальными рекламами, тоже проводили собрания, чтобы обсудить и изучить все подробности и суть рекламы, не потому что планировали углубиться в эту сферу рекламы, а потому, что все рекламы были

одинаковыми. Так же, как они изучали рекламу Брейн Голд, дело не в том, что они хотели повторить ее стиль, а в том, что они хотели понять, почему она была такой успешной. Им нужно было понять, почему она смогла привлечь людей, поэтому они впитывали информацию и учились по ней, чтобы поднять свой собственный уровень в этой сфере, чтобы прорваться через тупик в индустрии рекламы! Если они не улучшаться, то они будут исключены!

Последние несколько реклам, которые создавал Чжан Е, без сомнения, помогли открыть новую дверь для китайской индустрии рекламы!

<http://tl.rulate.ru/book/28101/284005>